

DOI: 10.58490/ctump.2024i79.2853

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG
DỊCH VỤ THẨM MỸ VÀ MỘT SỐ YẾU TỐ LIÊN QUAN
TẠI CÁC BỆNH VIỆN CẦN THƠ NĂM 2023-2024

Lê Hoàng Ngọc Hạnh*, Nguyễn Văn Lâm

Trường Đại học Y Dược Cần Thơ

*Email: lehoangngochanh2208@gmail.com

Ngày nhận bài: 28/5/2024

Ngày phản biện: 16/7/2024

Ngày duyệt đăng: 25/8/2024

TÓM TẮT

Đặt vấn đề: Trong các khoa tại bệnh viện, khoa Thẩm mỹ là nơi có đối tượng phục vụ rất chuyên biệt, không chỉ là bệnh nhân mà còn là khách hàng hướng đến cái đẹp với yêu cầu chất lượng dịch vụ tối ưu. **Mục tiêu nghiên cứu:** Đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ thẩm mỹ và một số yếu tố liên quan đến sự hài lòng. **Đối tượng và phương pháp nghiên cứu:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang trên 268 khách hàng điều trị tại khoa Thẩm mỹ và phòng khám Thẩm mỹ của Bệnh viện Trường Đại học Y Dược Cần Thơ, Bệnh viện Da Liễu Cần Thơ và Bệnh viện Đa khoa Trung ương Cần Thơ từ tháng 4/2023 đến tháng 6/2024. **Kết quả:** Độ tuổi trung bình thực hiện các dịch vụ thẩm mỹ là $39,2 \pm 15,2$ và nữ giới chiếm 78,7%. Khách hàng tham gia dịch vụ thẩm mỹ lần đầu chiếm 49,6%, nguồn cung cấp thông tin phần lớn từ bạn bè-người thân giới thiệu 66,8%. Khoảng $\frac{3}{4}$ khách hàng chọn bệnh viện vì tính an toàn, lý do muốn bản thân đẹp và thu hút hơn chiếm 50,4%. Tỷ lệ hài lòng chung về dịch vụ thẩm mỹ là 49,3%. Khi phân tích đa biến, số lần tham gia dịch vụ có mối liên quan với sự hài lòng, cụ thể khách hàng thực hiện dịch vụ lần đầu có xu hướng không hài lòng cao hơn ($OR=1,7$, $KTC95\%=1,0-2,7$, $p<0,05$). **Kết luận:** Tỷ lệ hài lòng chung về dịch vụ thẩm mỹ khoảng một nửa. Trong phân tích đa biến chỉ ghi nhận số lần tham gia dịch vụ có mối liên quan đến sự hài lòng.

Từ khóa: Sự hài lòng, chất lượng dịch vụ, thẩm mỹ.

ABSTRACT

STUDY ON CUSTOMER SATISFACTION
WITH AESTHETIC SERVICE QUALITY AND RELATED FACTORS
AT CAN THO HOSPITALS IN 2023-2024

Le Hoang Ngoc Hanh*, Nguyen Van Lam

Can Tho University of Medicine and Pharmacy

Background: Among hospital departments, the Aesthetic Department caters to a highly specialized clientele, not only patients but also customers seeking beauty with optimal service quality requirements. **Objective:** To evaluate customer satisfaction with the quality of aesthetic services, and examine some factors related to satisfaction. **Materials and methods:** This cross-sectional descriptive study was conducted on 268 customers treated at the Aesthetic Department and Aesthetic Clinics of Can Tho University of Medicine and Pharmacy Hospital, Can Tho Dermato-Venereology Hospital and Can Tho Central General Hospital from April 2023 to June 2024. **Results:** The average age of those receiving aesthetic services was 39.2 ± 15.2 years, with females accounting for 78.7% of the study population. Customers experiencing aesthetic services for the first time made up 49.6%, and the majority of information sources came from friends and relatives (66.8%). Approximately three-quarters of customers chose the hospital for its safety, and 50.4% cited the desire to look more beautiful and attractive as their reason. The overall satisfaction rate with aesthetic services was 49.3%. Multivariate analysis showed that the number of times

customers had undergone services was related to satisfaction, with first-time customers tending to be more dissatisfied (OR = 1.7, 95% CI = 1.0-2.7, $p < 0.05$). **Conclusion:** Overall, the general satisfaction rate with aesthetic services is around 50%. Multivariate analysis indicated that the number of times customers have undergone services is related to satisfaction.

Keywords: Satisfaction, service quality, cosmetology.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong thời đại hiện nay, khi xã hội càng ngày phát triển nhu cầu của con người không chỉ ăn no mặc ấm mà cần ăn ngon mặc đẹp, nhu cầu làm đẹp của con người ngày càng tăng và càng có nhiều hình thức đa dạng [1]. Theo thống kê của Hiệp hội quốc tế về Phẫu thuật tạo hình thẩm mỹ (ISAPS) ghi nhận có 10,6 triệu ca phẫu thuật thẩm mỹ và 12,7 triệu ca không phẫu thuật đã thực hiện trong năm 2018, tăng trưởng về số lượng lần lượt là 15% và 25% tương ứng so với năm 2014 [2]. Ở châu Á, công nghệ làm đẹp cũng phát triển không kém, theo đó nhu cầu thẩm mỹ cũng tăng theo, trong đó có Việt Nam. Ngoài ra, các bệnh viện trong thời đại hiện nay hoạt động theo chính sách tự thu, tự chi. Chính sách này phụ thuộc vào số lượng bệnh nhân đến khám và điều trị mà sự hài lòng của người bệnh là yếu tố trực tiếp ảnh hưởng đến sự lựa chọn của chính người bệnh và sự cạnh tranh giữa các nhà cung cấp dịch vụ. Vì thế, đánh giá mức độ hài lòng của bệnh nhân về chất lượng dịch vụ và các yếu tố liên quan là mục đích chính giúp các nhà quản lý bệnh viện hoạch định chiến lược cải tiến [3].

Trong các khoa tại bệnh viện, khoa Thẩm mỹ là nơi có đối tượng phục vụ rất chuyên biệt, không chỉ là bệnh nhân mà còn là khách hàng hướng đến cái đẹp với yêu cầu chất lượng dịch vụ tối ưu. Tuy nhiên, tại Việt Nam nói chung và tại Cần Thơ nói riêng các số liệu thống kê về thực trạng dịch vụ thẩm mỹ còn rất hạn chế. Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu: Đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ thẩm mỹ và một số yếu tố liên quan đến sự hài lòng.

II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Đối tượng nghiên cứu

Tất cả các khách hàng điều trị tại khoa Thẩm mỹ và phòng khám Thẩm mỹ của Bệnh viện Trường Đại học Y Dược Cần Thơ, Bệnh viện Da Liễu Cần Thơ và Bệnh viện Đa khoa Trung ương Cần Thơ từ tháng 4 năm 2023 đến tháng 6 năm 2024.

- Tiêu chuẩn chọn mẫu:

- + Khách hàng từ 18 tuổi trở lên.
- + Khách hàng đồng ý tham gia nghiên cứu và đã được sử dụng các dịch vụ thẩm mỹ của bệnh viện.

- Tiêu chuẩn loại trừ:

- + Khách hàng không đủ năng lực trả lời câu hỏi nghiên cứu (bệnh tâm thần, sa sút trí tuệ nặng, bệnh cấp tính đang diễn tiến nặng).
- + Khách hàng giảm thị lực, thính lực nặng.

2.2 Phương pháp nghiên cứu

- **Thiết kế nghiên cứu:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang.

- **Cỡ mẫu:** Chọn mẫu thuận tiện: Các đối tượng thỏa tiêu chuẩn chọn và không nằm trong tiêu chuẩn loại trừ sẽ được đưa vào nghiên cứu.

Thực tế nghiên cứu thu thập được 268 đối tượng thỏa tiêu chuẩn chọn mẫu và không nằm trong tiêu chuẩn loại trừ tham gia vào nghiên cứu. Trong đó, Bệnh viện Trường Đại

học Y Dược Cần Thơ 120 đối tượng, Bệnh viện Da Liễu Cần Thơ 85 đối tượng, Bệnh viện Đa khoa Trung Ương Cần Thơ 63 đối tượng.

- **Nội dung nghiên cứu:** Đặc điểm chọn tham gia dịch vụ thẩm mỹ: Số lần tham gia dịch vụ, nguồn thông tin cung cấp, lý do chọn bệnh viện để được thực hiện dịch vụ thẩm mỹ và lý do tham gia dịch vụ thẩm mỹ.

Sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ: Các nội dung được đánh giá gồm tính hữu hình, sự tin cậy, hiệu quả phục vụ, sự đảm bảo, sự cảm thông và sự hài lòng chung qua bảng câu hỏi chất lượng dịch vụ SERVPERF với mức độ hài lòng tại thời điểm hiện tại cho điểm bằng thang Likert 5 [4].

Mối liên quan giữa một số yếu tố và sự hài lòng của đối tượng nghiên cứu: Những yếu tố được đánh giá bao gồm tuổi, giới tính, nghề nghiệp, tình trạng hôn nhân, trình độ học vấn, thu nhập và số lần tham gia dịch vụ.

- **Địa điểm và thời gian nghiên cứu:** Thời gian thực hiện đề tài từ tháng 04/2023 đến tháng 06/2024 tại bệnh viện Đại học y dược Cần Thơ, bệnh viện Da Liễu Cần Thơ và bệnh viện Đa khoa Trung Ương Cần Thơ.

- **Phương pháp xử lý số liệu:** Sử dụng phần mềm IBM SPSS Statistics 22 để nhập và phân tích số liệu; Các biến định tính được thống kê theo tần suất, tỷ lệ phần trăm, so sánh bằng phép kiểm Chi bình phương (phân phối chuẩn) hoặc Fisher exact test (phân phối không chuẩn); Mối liên quan giữa sự hài lòng và một số yếu tố liên quan ước đoán: Phân tích hồi quy Logistic đa biến.

Mỗi câu hỏi chất lượng dịch vụ SERVPERF được cho điểm bằng thang Likert 5 từ 1 tới 5. Chia các câu hỏi về chất lượng dịch vụ thành 5 nhóm khía cạnh: Sự hữu hình (Câu 14 đến câu 17), sự tin cậy (Câu 18 đến câu 22), hiệu quả phục vụ (Câu 23 đến câu 26), sự đảm bảo (Câu 27 đến câu 30), sự cảm thông (Câu 31 đến câu 35). Mỗi khía cạnh phân tích thống kê điểm trung bình mức độ hài lòng riêng cho từng câu hỏi trong nhóm và tính tổng điểm trung bình cộng mức độ hài lòng cho từng khía cạnh.

III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Về đặc điểm chung của đối tượng nghiên cứu, chúng tôi ghi nhận độ tuổi trung bình là $39,19 \pm 15,15$, nữ giới chiếm 78,7% dân số nghiên cứu và phần lớn đã kết hôn chiếm 63,8%, độc thân chiếm 32,5%. Trình độ học vấn chiếm tỷ lệ cao nhất là từ phổ thông trung học và cao hơn, chiếm 68,3%, tiếp đến trung học hiem 23,9%, tiểu học là 6,7%. Mức thu nhập trung bình của đối tượng nghiên cứu đa phần từ 5 – <10 triệu đồng và từ 10 – <20 triệu đồng lần lượt chiếm 37,7% và 28,7%, tiếp đến là đối tượng có thu nhập < 5 triệu đồng thực hiện dịch vụ thẩm mỹ chiếm 23,5%, ít nhất là đối tượng có thu nhập từ 20 triệu đồng trở lên, chiếm 10,1%. Bảng 1. Đặc điểm chọn tham gia dịch vụ thẩm mỹ

Đặc điểm		Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Lần tham gia dịch vụ	Lần đầu	133	49,6
	Lần 2 – lần thứ 4	119	44,4
	Nhiều hơn 4 lần	16	6,0
Nguồn thông tin cung cấp	Facebook	26	9,7
	Thông tin trên báo đài, internet	59	22,0
	Bạn bè, người thân giới thiệu	179	66,8
	Khác	45	16,8
Lý do chọn bệnh viện để được thực	Tính an toàn cao	201	75,0
	Có pháp lý rõ ràng	99	36,9

TẠP CHÍ Y DƯỢC HỌC CẦN THƠ – SỐ 79/2024

Đặc điểm		Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
hiện dịch vụ thẩm mỹ	Chi phí thấp	88	32,8
	Có nhiều thời gian khám và điều trị theo thứ tự	12	4,5
	Khác	3	1,1
Lý do tham gia dịch vụ thẩm mỹ	Trông bản thân đẹp và thu hút hơn do	135	50,4
	không hài lòng về hình ảnh cơ thể	78	29,1
	Phục hồi tổn thương da, các cơ quan	33	12,3
	Trông đẹp hơn không cần trang điểm	91	34,0
	Hôn nhân	13	4,9
	Công việc	24	9,0
	Khác	12	4,5

Nhận xét: Phần lớn bệnh nhân đến tham gia dịch vụ thẩm mỹ lần đầu, chiếm 49,6%, từ lần 2 đến lần 4 chiếm 44,4%, có 6% bệnh nhân thực hiện nhiều hơn 4 lần. Nguồn cung cấp thông tin về dịch vụ thẩm mỹ bệnh nhân nhận được phần lớn từ bạn bè và người thân giới thiệu chiếm 66,8%. Có 75% đối tượng nghiên cứu chọn dựa trên tính an toàn mà cơ sở y tế mang lại và 36,9% lựa chọn do tính pháp lý rõ ràng, chi phí thấp cũng là lý do 32,8%. Các lý do bệnh nhân lựa chọn thực hiện các dịch vụ thẩm mỹ chiếm nhiều nhất là mong muốn bản thân trông đẹp và thu hút hơn chiếm đến 50,4.

Bảng 2. Sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ

Nội dung	Sự hài lòng của bệnh nhân			
	Không hài lòng		Hài lòng	
	n (%)	TB ± ĐLC*	n (%)	TB ± ĐLC
Tính hữu hình	60 (22,4)	3,47 ± 0,36	208 (77,6)	4,38 ± 0,42
Sự tin cậy	68 (25,4)	3,68 ± 0,54	200 (74,6)	4,49 ± 0,4
Hiệu quả phục vụ	72 (26,9)	3,4 ± 0,56	196 (73,1)	4,3 ± 0,32
Sự đảm bảo	55 (20,5)	3,53 ± 0,53	213 (79,5)	4,33 ± 0,36
Sự cảm thông	93 (34,7)	3,47 ± 0,45	175 (65,3)	4,25 ± 0,36
Sự hài lòng chung	136 (50,7)	3,9 ± 0,41	132 (49,3)	4,37 ± 0,32

* Chú thích: TB ± ĐLC: Trung bình ± Độ lệch chuẩn

Nhận xét: Khi tiến hành đánh giá sự hài lòng của khách hàng khi thực hiện các dịch vụ thẩm mỹ tại các bệnh viện, chúng tôi ghi nhận rằng sự hài lòng chung về dịch vụ thẩm mỹ là 49,3% và không hài lòng là 50,7%. Khi đánh giá các thành phần theo bảng câu hỏi chất lượng dịch vụ SERVPERF với mức độ hài lòng tại thời điểm hiện tại cho điểm bằng thang Likert 5, sự đảm bảo của cơ sở y tế mang lại tỷ lệ hài lòng cao nhất của đối tượng tham gia dịch vụ, là 79,5%. Về tính hữu hình có 77,6% hài lòng về dịch vụ thẩm mỹ. Sự tin cậy mà bệnh viện mang lại cho bệnh nhân, có 74,6% đối tượng hài lòng. Hiệu quả phục vụ, sự cảm thông mang lại sự hài lòng cho bệnh nhân lần lượt là 73,1% và 65,3%.

Bảng 3. Mối liên quan giữa một số yếu tố và sự hài lòng của đối tượng nghiên cứu

Yếu tố		Sự hài lòng chung		p
		Không hài lòng	Hài lòng	
		n (%)	n (%)	
Tuổi	18-30 tuổi	52 (38,2)	39 (29,5)	0,344
	>30-40 tuổi	24 (17,6)	23 (17,4)	
	>40-60 tuổi	49 (36)	61 (46,2)	
	Trên 60 tuổi	11 (8,1)	9 (6,8)	
Giới tính	Nam	33 (24,3)	24 (18,2)	0,224

	Nữ	103 (75,7)	108 (81,8)	
Nghề nghiệp	Sinh viên	25 (18,4)	17 (12,9)	0,417
	Nhân viên văn phòng	29 (21,3)	27 (20,5)	
	Khác	82 (60,3)	88 (66,7)	
Trình độ học vấn	Mù chữ	1 (0,7)	2 (1,5)	0,689
	Tiểu học	11 (8,1)	7 (5,3)	
	Trung học	34 (25)	30 (22,7)	
	Phổ thông trung học và cao hơn	90 (66,2)	93 (70,5)	
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	53 (39)	34 (25,8)	0,018
	Đã kết hôn	77 (56,6)	94 (71,2)	
	Ly dị	2 (1,5)	4 (3)	
	Ly thân	1 (0,7)	0 (0)	
	Góa	3 (2,2)	0 (0)	
Thu nhập	< 5 triệu đồng	35 (25,7)	28 (21,2)	0,053
	5 – <10 triệu đồng	58 (42,6)	43 (32,6)	
	10 – <20 triệu đồng	29 (21,3)	48 (36,4)	
	≥ 20 triệu đồng	14 (10,3)	13 (9,8)	
Lần tham gia	Lần đầu	77 (56,6)	56 (42,4)	0,007
	Lần 2 – lần thứ 4	56 (41,2)	63 (47,7)	
	Nhiều hơn 4 lần	3 (2,2)	13 (9,8)	

Nhận xét: Đánh giá các yếu tố liên quan ảnh hưởng mức độ hài lòng của bệnh nhân khi tham gia các dịch vụ thẩm mỹ, chúng tôi ghi nhận hai yếu tố ảnh hưởng đến độ hài lòng của bệnh nhân là tình trạng hôn nhân và số lần tham gia dịch vụ thẩm mỹ có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$).

Bảng 4. Phân tích đa biến một số yếu tố và sự không hài lòng của các đối tượng nghiên cứu

Yếu tố	Đơn vị	OR	95% CI	p
Tuổi	>40	1,03	0,55-1,91	0,933
Nữ	Nam	1,18	0,63-2,19	0,611
Tình trạng hôn nhân*	Độc thân	1,62	0,83-3,14	0,157
Thu nhập	<10 triệu	1,49	0,87-2,54	0,144
Lần tham gia	Lần đầu	1,65	1,01-2,71	0,047

* Gồm: Độc thân, ly dị, ly thân, góa

Nhận xét: Khi phân tích đa biến theo mô hình hồi quy logistic các yếu tố liên quan và sự không hài lòng của bệnh nhân khi thực hiện dịch vụ thẩm mỹ, chúng tôi ghi nhận số lần thực hiện dịch vụ có mối liên quan với sự hài lòng của bệnh nhân, cụ thể những bệnh nhân thực hiện dịch vụ lần đầu có xu hướng không hài lòng cao hơn (OR = 1,65, KTC 95% = 1,01 - 2,71). Các yếu tố về tuổi, giới, tình trạng hôn nhân và thu nhập chưa ghi nhận mối liên quan với sự hài lòng.

IV. BÀN LUẬN

Chất lượng dịch vụ y tế có vai trò rất quan trọng, đặc biệt trong lĩnh vực thẩm mỹ, nơi bệnh nhân đặt trọn niềm tin về sắc đẹp và sức khỏe của mình cho nhân viên và cơ sở y tế. Việc đánh giá sự hài lòng của bệnh nhân khi trải nghiệm dịch vụ thẩm mỹ và nhận diện đặc điểm bệnh nhân có xu hướng không hài lòng cao giúp cho lãnh đạo bệnh viện cũng như cơ sở thẩm mỹ kịp thời phát hiện và điều chỉnh những hạn chế của mình nhằm mang đến

trải nghiệm tốt nhất cho bệnh nhân hay khách hàng của mình với phương châm "lấy người bệnh làm trung tâm".

Nghiên cứu của chúng tôi tiến hành trên bệnh nhân đến khám và thực hiện các dịch vụ thẩm mỹ tại các bệnh viện trên địa bàn Cần Thơ. Đặc điểm đối tượng nghiên cứu nhìn chung khá đồng nhất so với các nghiên cứu ở đối tượng bệnh nhân thực hiện dịch vụ thẩm mỹ tại các cơ sở khác [5], [6]. Bệnh nhân có độ tuổi trung bình 39 ± 15 tuổi và đối tượng nữ giới chiếm phần lớn. Phù hợp với đặc điểm về độ tuổi, đa số bệnh nhân trong nghiên cứu đã kết hôn chiếm 63,8%. Tỷ lệ bệnh nhân có trình độ học vấn từ phổ thông trung học và cao hơn chiếm chủ yếu 68,3%, tương tự nghiên cứu tác giả Huỳnh Trung Tiên và cs [5]. Mức thu nhập của đối tượng nghiên cứu phần lớn từ 20 triệu đồng trở xuống chiếm khoảng 90%, chỉ 10,1% bệnh nhân có thu nhập từ 20 triệu trở lên. Nhìn chung, bệnh nhân thực hiện dịch vụ thẩm mỹ có thể ở mọi lứa tuổi và tập trung nhiều ở lứa tuổi <60, nữ giới đã kết hôn, trình độ học vấn từ trung học và cao hơn và có thu nhập <20 triệu đồng.

Chúng tôi ghi nhận tỷ lệ bệnh nhân hài lòng về chất lượng dịch vụ dao động từ 65-79%, thấp nhất trên tiêu chí sự cảm thông và điểm trung bình từ 4,25-4,49. Tỷ lệ hài lòng ghi nhận được thấp hơn so với nghiên cứu của tác giả Huỳnh Thanh Tiên và nghiên cứu của tác giả Nguyễn Văn Thắm [5]. Qua đó, các cơ sở y tế cần nhận thức và đánh giá định kỳ về cảm nhận của bệnh nhân hay khách hàng để có chiến lược cải thiện chất lượng dịch vụ phù hợp trên các khía cạnh nhằm duy trì nguồn khách hàng của mình. Chất lượng dịch vụ từ tính hữu hình như cải thiện trang thiết bị, cơ sở vật chất, môi trường bệnh viện đến sự đảm bảo về trình độ chuyên môn, sự đảm bảo như bảo mật quyền riêng tư khách hàng, sự tin cậy, khả năng đáp ứng... Đặc biệt, sự cảm thông là khía cạnh cần cải thiện nhiều hơn trong nghiên cứu thể hiện qua sự đồng cảm và chia sẻ của nhân viên y tế đối với bệnh nhân, thái độ, sự quan tâm chăm sóc và tạo điều kiện cho bệnh nhân trao đổi những khó khăn của mình.

Nghiên cứu của chúng tôi phân tích mối liên hệ giữa một số biến đặc điểm nhân khẩu học-xã hội với sự hài lòng của bệnh nhân, ghi nhận số lần tham gia dịch vụ thẩm mỹ có mối liên quan đến mức độ hài lòng của bệnh nhân, những bệnh nhân tham gia lần đầu thường có xu hướng không hài lòng cao hay nói cách khác bệnh nhân đến nhiều lần tại cơ sở thẩm mỹ sẽ thường hài lòng với cơ sở đó, điều này cũng được thấy trong nghiên cứu của tác giả Ahmad Badruridzwanullah Zun và cộng sự [7]. Các yếu tố tuổi, giới, nghề nghiệp, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân và mức thu nhập chưa ghi nhận mối liên quan với sự hài lòng của bệnh nhân, tương tự kết quả ghi nhận từ nghiên cứu của Ahmad Badruridzwanullah Zun [7]. Dựa trên kết quả nghiên cứu, chúng tôi kiến nghị rằng các cơ sở thẩm mỹ nên tăng cường chăm sóc khách hàng mới để cải thiện sự hài lòng ban đầu, phát triển chương trình khách hàng thân thiết nhằm khuyến khích sự quay lại và nâng cao sự hài lòng của khách hàng thường xuyên. Ngoài ra, các cơ sở cần liên tục đánh giá và cải tiến chất lượng dịch vụ để đảm bảo đáp ứng tốt nhất nhu cầu và mong đợi của khách hàng.

Nghiên cứu chúng tôi còn hạn chế như chỉ thực hiện tại cơ sở y tế là các bệnh viện công lập lớn tại khu vực nghiên cứu. Mặc khác, những bệnh nhân lựa chọn thực hiện dịch vụ thẩm mỹ tại bệnh viện thường có yêu cầu cao hơn về chất lượng dịch vụ và sự an toàn, sự đảm bảo so với các cơ sở y tế tư nhân, nên kết quả có thể không đại diện cho các cơ sở trên. Do đó, cần có các nghiên cứu trên đối tượng thực hiện dịch vụ thẩm mỹ tại các thẩm mỹ viện hay các cơ sở tư nhân để có góc nhìn đầy đủ hơn.

V. KẾT LUẬN

Bệnh nhân thực hiện dịch vụ thẩm mỹ thường ở độ tuổi dưới 60, nữ giới, đã kết hôn và có thu nhập dưới 20 triệu. Các đặc điểm này không có mối liên quan với sự hài lòng của bệnh nhân khi thực hiện dịch vụ. Bên cạnh đó, bệnh nhân đến thực hiện dịch vụ thẩm mỹ nhiều lần tại cơ sở thường có tỷ lệ hài lòng cao so với các bệnh nhân đến lần đầu. Nhằm nâng cao sự hài lòng của bệnh nhân, các bệnh viện cần thường xuyên đánh giá và cải thiện chất lượng dịch vụ nhằm mang lại trải nghiệm tốt nhất cho bệnh nhân hay khách hàng của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Zun A.B., Ibrahim M.I., Hamid A.A. Level of Satisfaction on Service Quality Dimensions Based on SERVQUAL Model Among Patients Attending 1 Malaysia Clinic in Kota Bharu, Malaysia. *Oman Med J.* 2018. 33(5), 416-422, <https://doi.org/10.5001/omj.2018.76>.
 2. Funakoshi Y., Saito M., Kawaguchi K., et al. Recent Status of Procedures in a Single Nationwide Cosmetic Surgery Group. *Plast Reconstr Surg Glob Open.* 2023. 11(10), e5330, <https://doi.org/10.1097/GOX.0000000000005330>.
 3. Trần Thiện Tư. Những điều cần biết về phẫu thuật thẩm mỹ. Nhà xuất bản phụ nữ. 2013.
 4. Alp S., Yilmaz F., Geçici E. Evaluation of the quality of health and safety services with SERVPERF and multi-attribute decision-making methods. *Int J Occup Saf Ergon.* 2022. 28(4), 2216-2226, <https://doi.org/10.1080/10803548.2021.1984711>.
 5. Huỳnh Thanh Tiên, Phạm Quỳnh Anh, and Lê Thị Thu Hải. Chất lượng dịch vụ và một số yếu tố ảnh hưởng tại đơn vị phẫu thuật thẩm mỹ và laser công nghệ cao, bệnh viện Trung ương Quân đội 108 năm 2022. *Tạp chí Y học Việt Nam.* 2023. 527(1), 228-233, <https://doi.org/10.51298/vmj.v527i1.5671>.
 6. Duc Thanh N., My Anh B.T., Xiem C.H., and et al. Patient Satisfaction With Healthcare Service Quality and Its Associated Factors at One Polyclinic in Hanoi, Vietnam. *Int J Public Health.* 2022.67, 1605055, <https://doi.org/10.3389/ijph.2022.1605055>.
 7. Zun A.B., Ibrahim M.I., and Hamid A.A. Level of Satisfaction on Service Quality Dimensions Based on SERVQUAL Model Among Patients Attending 1 Malaysia Clinic in Kota Bharu, Malaysia. *Oman Med J.* 2018.33(5), 416-422, <https://doi.org/10.5001/omj.2018.76>.
-